



MILIK PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Diterima : 26 MAR 2008

Inventarisasi : 3505/EM/Hd.03/2008

Klasifikasi : H 658.834 2 Jus 08

Subyek : consumer behavior



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

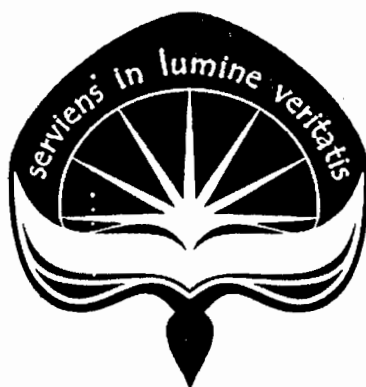
FAKULTAS EKONOMI

Program Studi Manajemen

**KETERLIBATAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN ATAS MEREK  
SERTA KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS TANGAN WANITA  
DI BETENG TRADE CENTER (BTC) SURAKARTA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)  
Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:  
YUSNITA CHRISNAWATI  
NPM : 03 03 14186**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
MARET, 2008**

**SKRIPSI**

**KETERLIBATAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN ATAS MEREK  
SERTA KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS TANGAN WANITA  
DI BETENG TRADE CENTER (BTC) SURAKARTA**

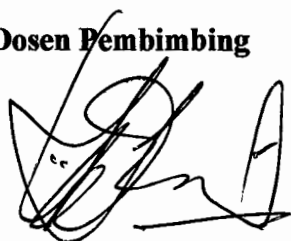
**Disusun oleh:**

**YUSNITA CHRISNAWATI**

**NPM: 03 03 14186**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Dosen Pembimbing**



**( J. Sudarsono, DRS., MS )**

**Tanggal 1 Februari 2008**

**SKRIPSI**

**Keterlibatan dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek serta Keputusan Pembelian Tas Tangan Wanita di Beteng Trade Center (BTC) Surakarta**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

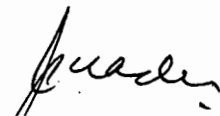
**YUSNITA CHRISNAWATI**

**NPM: 03 03 14186**

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 6 Maret 2008 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

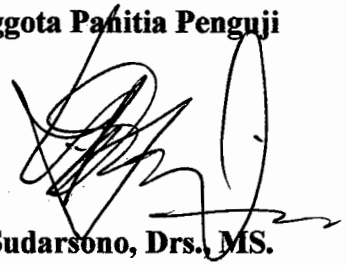
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

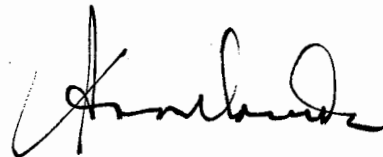


**P. Didit Krisnadewara, Drs., MM.**

**Anggota Panitia Penguji**



**J. Sudarsono, Drs., MS.**



**M. Parnawa Putranta, MBA., Ph. D.**

**Yogyakarta, 6 Maret 2008**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Fakultas Ekonomi**



**Dr. R. Maryatmo, MA.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**Keterlibatan dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek serta Keputusan Pembelian Tas Tangan Wanita di Beteng Trade Center (BTC) Surakarta**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 1 Februari 2008

Yang menyatakan



( Yusnita Chrisnawati )

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus Atas Anugerah dan Kasih KaruniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **KETERLIBATAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN ATAS MEREK SERTA KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS TANGAN WANITA DI BETENG TRADE CENTER (BTC) SURAKARTA**

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak J. Sudarsono, DRS., MS selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran ditengah kesibukannya untuk membimbing, mengarahkan, memberi petunjuk serta dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya yang telah mendidik dan bersedia mambagi ilmunya dengan penulis selama ini.
3. Papa dan Mama tercinta yang luar biasa sabar dan tidak pernah lupa mendoakan penulis serta memberikan dorongan, semangat serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah.
4. Ai ku tercinta yang banyak memberi pelajaran tentang hidup dan selalu mensupport ku sampai sekarang.

5. Kookoku Andy chayankk yang menyemangatiku dan selalu mendukungku....  
Love u muchh...
6. Kakak-kakakku dan adikku : Andy, Silvie, Yoan yang selalu membantu dan menghiburku.
7. Teman-teman satu kostku : Jenni, Liana, Mira, Rosa. Terima kasih untuk keceriaan, dukungan doanya.
8. Teman-teman KKN ku : Aris, Vinka, Messa, Lisa. Terima kasih untuk bantuan dan dukungannya.
9. Untuk sahabat-sahabatku : Katherine, Yeni, Lisa, Lina, Irene. Terima kasih untuk keceriaan, kebersamaan, kejailan, dukungan doa dan semangat yang luar biasa selama kuliah. Untuk Yeni Terima kasih sudah membantu membuat skripsi ini.
10. Sahabat baik ku Meme dan Yona yang selalu menyemangatiku agar tidak menyerah dan selalu menghiburku.
11. Teman-teman satu bimbingan : Wina dan Fenny. Terima kasih atas kerjasama dan bantuannya dalam mengerjakan skripsi.
12. Teman-teman SMP ku : Liana, Merry, Dessy dan Diana Terima kasih sudah membantu ku dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Orang-orang yang sangat penulis sayangi dan yang menyayangi penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas kehadirannya di dalam kehidupan penulis dan membuat hidup ini sungguh sangat berarti.
14. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik atas skripsi ini yang bersifat membangun.

Akhir kata semoga Damai Sejahtera dan Kasih Kristus selalu menyertai kita semua dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 1 Februari 2008

Penulis,

YUSNITA CHRISNAWATI



*'Aku belajar bahwa tidak selamanya hidup ini indah...*

*Kadang Tuhan mengizinkan aku melalui derita.*

*Tetapi aku tahu bahwa*

*Ta tidak pernah meninggalkanku*

*Sebab itu aku belajar menikmati hidup ini,*

*Dengan bersyukur.....*

*Aku belajar bahwa*

*Tidak semua yang aku harapkan akan menjadi kenyataan...*

*Kadang Tuhan membelokkan rencanaku.*

*Tetapi aku tahu bahwa itu lebih baik dari pada*

*Apa yang kurencanakan*

*Sebab itu aku belajar menerima semua itu*

*Dengan sukacita.....*

*Aku belajar bahwa*

*Tidak ada kejadian yang harus disesali dan ditangisi...*

*Karena semua rancangannya indah bagiku,*

*Maka dari itu aku akan bersyukur dan bersukacita*

*Dalam segala perkara.*

*Karena dengan bersyukur dan bersukacita,*

*Semua itu menyehatkan jiwaku dan menyegarkan hidupku.*

## PERSEMBAHAN



*Skripsi ini Kupersembahkan untuk :*

*Lord Jesus,*

*Papah dan Mamah Tercinta,*

*Kooko Andy Tercinta,*

*Kakak dan Adikku Tersayang,*

*All of My Best Friend*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Halaman Motto .....	viii
Halaman Persembahan.....	ix
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Intisari .....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

2.1 Perilaku Konsumen .....	9
2.2 Keterlibatan Konsumen .....	10
2.3 Kepercayaan Merek .....	13
2.4 Keputusan Pembelian .....	15
2.4.1 Peranan Individu dalam Proses Pembelian .....	15
2.4.2 Jenis Perilaku Pembelian .....	16
2.5 Hubungan antara Keterlibatan Konsumen, Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian .....	19
2.6 Hipotesis Penelitian.....	21

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian .....	23
3.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.4 Teknik Pengujian Instrumen .....	25
3.5. Metode Analisis Data .....	26
3.5.1 Analisis Karakteristik Responden .....	26
1.5.1.1 Analisis Chi-Square.....	26
3.5.2 Analisis Regresi Berganda.....	27
3.5.3 Analisis One Sample T-test .....	28
3.5.4 Analisis Oneway Anova .....	29

## **BAB IV : ANALISIS DATA**

3.1 Tahapan Analisis Data .....	31
---------------------------------	----

3.2 Pengujian Instrumen .....	32
3.2.1 Pengujian Validitas Kuesioner.....	32
3.2.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner .....	35
3.3 Analisis Data .....	37
3.3.1 Analisis Karakteristik Responden .....	38
3.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
3.3.3 <i>One Sample T-test</i> .....	56
3.3.4 <i>Oneway Anova</i> .....	59
<b>BAB IV : KESIMPULAN</b>	
4.1 Kesimpulan .....	62
4.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1.1	Validitas Keterlibatan Konsumen .....	33
Tabel 3.2.1.2	Validitas Kepercayaan Merek .....	34
Tabel 3.2.1.3	Validitas Keputusan Pembelian .....	35
Tabel 3.2.2.1	Reliabilitas Keterlibatan Konsumen .....	36
Tabel 3.2.2.2	Reliabilitas Kepercayaan Merek .....	36
Tabel 3.2.2.3	Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 3.3.1.1	Data Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 3.3.1.2	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Tas Tangan dalam 3 Bulan Terakhir .....	39
Tabel 3.3.1.3	Data Responden Berdasarkan Merek Tas Tangan yang Dibeli .....	40
Tabel 3.3.1.4	Data Responden Berdasarkan Tujuan pembelian Tas Tangan .....	41
Tabel 3.3.1.5	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke BTC dalam 3 Bulan Terakhir .....	42
Tabel 3.3.1.6	Usia terhadap Frekuensi Kunjungan, Frekuensi Pembelian, Merek dan Tujuan Pembelian .....	43
Tabel 3.3.2.1	Koefisien Variabel Independen Dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Dependen .....	46
Tabel 3.3.2.2	Hasil Regresi Kepercayaan Merek dengan Keterlibatan Konsumen .....	47

---

Tabel 3.3.2.3	Koefisien Variabel Independen Dengan Keputusan Pembelian sebagai variabel Dependen .....	48
Tabel 3.3.2.4	Hasil Regresi Keputusan Pembelian dengan Keterlibatan Konsumen .....	49
Tabel 3.3.2.5	Koefisien Variabel Independen Kepercayaan Merek .....	50
Tabel 3.3.2.6	Hasil Regresi Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Merek .....	50
Tabel 3.3.2.7	Koefisien Variabel Independen Keterlibatan Konsumen dengan Kepercayaan Merek .....	51
Tabel 3.3.2.8	Hasil Regresi Keputusan Pembelian dengan Keterlibatan Konsumen dan Kepercayaan Merek .....	52
Tabel 3.3.3.1	Rekapitulasi Hasil Uji One Sample T-test .....	57
Tabel 3.3.4.1	Rekapitulasi Hasil Uji Oneway Anova .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian .....	19
Gambar 2.2	Hubungan antara Keterlibatan Konsumen, Kepercayaan Merek, dan Keputusan Pembelian .....	20
Gambar 3.1	Menguji Kepercayaan Merek sebagai Mediator .....	53
Gambar 3.2	Menguji Keterlibatan Konsumen sebagai Mediator .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner .....	69
Lampiran II	Validitas dan Reliabilitas .....	73
Lampiran III	Frekuensi .....	79
Lampiran IV	Hasil Chi-Square .....	81
Lampiran V	Hasil Regresi Linear Berganda .....	85
Lampiran VI	Hasil T-test .....	94
Lampiran VII	<i>Oneway Anova</i> .....	96
Lampiran VIII	Tabel Distribusi R, Tabel Distribusi F dan Tabel Distribusi T .....	111
Lampiran IX	<i>Case Summaries</i> .....	114

**KETERLIBATAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN ATAS MEREK  
SERTA KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS TANGAN WANITA  
DI BETENG TRADE CENTER (BTC) SURAKARTA**

Disusun Oleh :

Yusnita Chrisnawati

NPM : 03 03 14186

Pembimbing Utama

J. Sudarsono, DRS., MS

**Intisari**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Bagaimana hubungan saling pengaruh yang terjadi antara keterlibatan konsumen, kepercayaan merek dan keputusan pembelian. (2) Derajat dari nilai rata-rata keterlibatan konsumen, kepercayaan atas merek dan keputusan pembelian konsumen. (3) Apakah terdapat perbedaan keterlibatan konsumen, persepsi atas kepercayaan merek dan keputusan pembelian terhadap pembelian tas tangan jika ditinjau dari perbedaan usia konsumen, frekuensi kunjungan dan frekuensi pembelian tas tangan wanita dalam 3 bulan terakhir, tujuan pembelian tas tangan serta merek tas tangan wanita yang terakhir dibeli dalam 3 bulan terakhir.

Responden penelitian ini berjumlah 100 responden, yang merupakan konsumen yang membeli tas tangan wanita di BTC Surakarta setidaknya dalam 3 bulan terakhir (Juni - Agustus). Teknik pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner, sedang alat analisis yang digunakan adalah Analisis Persentase, analisis Chi-Square, Analisis Regresi Linear Berganda, *One Sample T-test*, *Oneway Anova*.

Dari hasil analisis Regresi Linear Berganda dapat diketahui bahwa terdapat hubungan saling pengaruh antara keterlibatan konsumen, kepercayaan merek dan keputusan pembelian. Dari hasil analisis *One Sample T-test* menunjukkan bahwa derajat dari nilai rata-rata keterlibatan konsumen adalah tinggi, kepercayaan merek kuat, dan keputusan pembelian sering. Dari hasil analisis *Oneway Anova* dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan keterlibatan konsumen, kepercayaan atas merek dan keputusan pembelian jika ditinjau dari perbedaan usia konsumen, frekuensi kunjungan dan pembelian tas tangan wanita dalam 3 bulan terakhir, serta merek tas tangan wanita yang terakhir dibeli.

**Kata kunci:** keterlibatan konsumen, kepercayaan merek dan keputusan pembelian.

